

**Мусієнко А.В.**, студент ОЕФ, 5 курсу,  
спеціальність 8.030509 «Облік і аудит»,  
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»,  
науковий керівник — Матієнко-Зубенко І.І., к.е.н.,  
доцент кафедри аудиту

## **CRM-СИСТЕМИ ЯК СКЛАДОВА СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ АВТОМАТИЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Сучасні підприємства вже не можуть отримувати конкурентні переваги лише за рахунок випуску нових видів продукції, розпо-

and similar papers at [core.ac.uk](http://core.ac.uk)

provided by Institutional Repository of Vadym Hetma

ти величезну кількість управлінських рішень, які опираються на якісну і своєчасну інформацію. Однак, обсяги інформації, її повнота і достовірність не завжди відповідають потребам управління, і керівники змушені приймати рішення інтуїтивно. Основним вирішенням такої ситуації є запровадження сучасних інформаційних технологій, які сприятимуть ефективному досягненню поставлених цілей із покращення фінансового стану підприємств, зростання їх конкурентоспроможності.

На практиці при побудові корпоративних інформаційних систем (KIC) використовують різні ідеології управління бізнесом: MRP, MRP2, ERP, CRM тощо. Особлива увага при цьому акцентується на автоматизації бухгалтерського обліку, оскільки обліково-аналітична інформація є основою для прийняття управлінських рішень.

Ідея методології MRP (Material Requirements Planning) — *планування потреб у матеріальних ресурсах* — полягає в плануванні надходжень, що забезпечують наявність будь-якої облікової одиниці товарно-матеріальних цінностей, необхідних для виготовлення виробів і надходжень товарів споживачам у потрібний час і в потрібній кількості. Концепція MRP II (Manufacturing Resource Planning — *планування ресурсів виробничого підприємства*) дозволяє автоматизувати процес формування основного плану виробництва на основі замовлень клієнтів і прогнозів попиту. ERP-система (Enterprise Resource Planning — *планування ресурсів підприємства*) являє собою надбудову над методологією MRP II і націлена на оптимізацію роботи та управління підприємством.

Сучасні CRM-системи (customer relationship management — *управління взаємовідносинами з клієнтами*) у своїй більшості здатні збирати, систематизувати всю необхідну інформацію, ро-

бити на її основі аналіз і прогнози, а також сприяти спрощенню контактів зі споживачами [5]. CRM дозволяє: підвищити рівень взаєморозуміння з клієнтами; збільшити прибутки в розрахунку на одного замовника; підвищити ефективність зусиль щодо збуту традиційних для компанії товарів і послуг; знизити накладні витрати, а також витрати на маркетинг та адміністрування; розширити перелік пропонованих товарів і послуг; підняти свій імідж в очах клієнтів. CRM сприяє формуванню єдиного інформаційного простору для синхронізації бізнес-процесів «постачальник-споживач». CRM-рішення взаємодіють з такими додатками програмного забезпечення підприємства, як: бухгалтерський облік і фінанси, управління проектами, електронна комерція та управління персоналом.

У [1] виокремлюються три підходи до побудови CRM-систем, які можуть бути реалізованим як разом, так і окремо: *оперативний* — забезпечує оперативний доступу до інформації у ході контакту з клієнтом у процесі продажу та обслуговування; *коллабораційний (співробітницький)* — призначений для спільного аналізу даних, що характеризують діяльність клієнта і підприємства; *аналітичний* — забезпечує безпосередню участь клієнта в діяльності підприємства і можливість впливати на процеси розробки продукту, його виробництво, сервісне обслуговування.

Як свідчать результати дослідження провідної світової компанії Gartner [2], впровадження CRM-систем продовжує стабільно зростати, що зумовлено їх великою функціональністю та ефективністю. На даний момент є досить широкий вибір таких систем, тому підприємства мають можливість обирати систему залежно від своїх потреб і наявних прикладних програмних рішень, зокрема і з бухгалтерського обліку [4].

Сучасні економічні суб'єкти (сервісні компанії, виробничі підприємства, компанії-дистриб'ютори) витрачають значні кошти на запровадження CRM-систем, що істотно підвищують ефективність продажів і післяпродажної підтримки їх клієнтів. Великі компанії і фінансові установи надають перевагу CRM-системам світових лідерів (Siebel, mysap CRM, Saleslogix, Oracle CRM, Peoplesoft Vantive Enterprise), а більшість малих і середніх підприємств проводять автоматизацію ведення єдиної бази контактів з повною інформацією про історію взаємин, управління продажем [3].

У [2] наголошується, що впровадження CRM-систем має відбуватися на всіх рівнях підприємства — від акціонерів і вищого керівництва до працівників та охоплювати всі аспекти його дія-

льності. Як показує практика, в тих випадках, коли вище керівництво брало участь в розробці CRM-стратегій і впровадженні їх на підприємстві, були отримані значно кращі результати [5].

Отже, основними сферами застосування CRM-систем вважають: виробництво, надання послуг, оптову і роздрібну торгівлю, страхування і фінанси, телекомунікації і транспортні послуги. А використання таких систем може зробити успішнішою компанію, або мати негативні наслідки якщо було вибрано CRM-систему, яка не враховує специфіку бізнесу компанії.

Усе зазначене свідчить про те, що для успішної діяльності підприємства потрібно ретельно добирати сучасні інформаційні технології, які б забезпечували управлінський персонал якісною як обліково-аналітичною, так і маркетинговою інформацією.

### **Література**

1. Класифікація інформаційних систем управління взаємовідносинами з клієнтами [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2013/13gvlvzk.pdf>
2. Gartner: Technology Defined [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.gartner.com/it-glossary/customer-relationship-management-crm/>
3. *С. Шовкопляс*. Как повысить конкурентоспособность при помощи CRM // Office. — 2005. — № 3–4. — С. 12–18.
4. *Л. Синило*. Сложнее, чем кажется — внедрение CRM // Новый Маркетинг. — 2006. — № 3. — С. 87–95.
5. *Джисл Діше*. CRM-навігатор. Посібник з управління взаєминами з клієнтами / Пер. з англ. О. Сисоевої. — К.: Видавництво О. Капусти, 2006. — 375 с.

**Попій Ф.О.**, студентка ОЕФ, 5 курсу,  
спеціальність 8.030509 «Облік і аудит»,  
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»,  
науковий керівник — *Матієнко-Зубенко І. І., к.е.н.,*  
доцент кафедри аудиту

## **АВТОМАТИЗАЦІЯ ОБЛІКУ ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА: АНАЛІЗ СУЧАСНОГО ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ**

Неякісна система обліку витрат негативно впливає на економічний стан будь-якого промислового підприємства. Управлінський персонал не може своєчасно отримати реальну інформацію про стан витрат на виробництво, а значить не має можливості